

国有企业 思想政治工作

与 企业文化建设融合研究

张 莉·著



GUOYOU QIYE
SIXIANG ZHENGZHI GONGZUO
YU QIYE WENHUA JIANSHE RONGHE YANJIU



四川大学出版社

国有企业思想政治工作 与 企业文化建设融合研究

张 莉·著

GUOYOU QIYE
SIXIANG ZHENGZHI GONGZUO
YU QIYE WENHUA JIANSHE RONGHE YANJIU



四川大学出版社

责任编辑:吴近宇
责任校对:王 冰
封面设计:墨创文化
责任印制:王 炜

图书在版编目(CIP)数据

国有企业思想政治工作与企业文化建设融合研究 /
张莉著. —成都:四川大学出版社, 2016. 6
ISBN 978-7-5614-9622-0

I. ①国… II. ①张… III. ①国有企业—政治工作—
企业文化—研究—中国 IV. ①D412. 62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 139211 号

书名 国有企业思想政治工作与企业文化建设融合研究

著 者	张 莉
出 版	四川大学出版社
地 址	成都市一环路南一段 24 号 (610065)
发 行	四川大学出版社
书 号	ISBN 978-7-5614-9622-0
印 刷	四川永先数码印刷有限公司
成品尺寸	148 mm×210 mm
印 张	11.25
字 数	300 千字
版 次	2016 年 7 月第 1 版
印 次	2016 年 7 月第 1 次印刷
定 价	34.00 元

版权所有◆侵权必究

◆读者邮购本书,请与本社发行科联系。

电话:(028)85408408/(028)85401670/
(028)85408023 邮政编码:610065

◆本社图书如有印装质量问题,请
寄回出版社调换。

◆网址:<http://www.scupress.net>

序

随着经济全球化的推进和国有企业现代企业制度的建立，企业“软实力”已成为企业发展的核心竞争力，其重要性也得到世界范围内的普遍认同。思想政治工作是中国共产党的克敌制胜的法宝和优良传统。企业思想政治工作是党的思想政治工作和企业具体实际相结合的产物，也是社会主义企业的特有优势，并已初步形成了一套较为完整的理论体系和操作体系，这是我党企业工作的一项宝贵财富，也是企业“软实力”的重要体现。然而，随着改革开放和社会主义市场经济的推进，企业思想政治工作的地位却遭遇了前所未有的挑战。如：地位的边缘化；工作对象的复杂化；工作方式的单一性；如何处理企业改制过程中员工的利益问题及不同类型员工的思想问题；如何有效地协调企业员工、企业及国家三者之间的关系；如何提高企业员工的幸福感，增强员工的忠诚度等。而西方企业文化理论的传入，给我国企业思想政治工作带来了新的挑战 and 机遇。企业文化是 20 世纪 80 年代初兴起的一种管理理论，是一种文化、经济和管理相结合的产物。企业文化的兴起，反映了企业经营管理理论研究的深入发展，标志着企业经营管理从物质层面向文化层面的趋势发展。实现与企业文化建设的融合，建立具有本企业特色的企业价值观念、企业形象、企业精神、风尚道德，有助于激发企业发展与变革的内在驱动力，有利于实现文化与经济的有机结合，有效克服企业发展的“两张皮”现象。

作为国有企业“软实力”的重要组成部分，实现思想政治工作与企业文化建设二者的融合是提高企业核心竞争力的必然选择，也是创新企业思想政治工作的必然选择。张莉博士新著《国有企业思想政治工作与企业文化建设融合研究》一书，以马克思主义唯物史观为指导，采用历史与逻辑相统一等分析方法，紧随时代脉搏，紧扣二者间重要的结合点，如工作对象、最终目标、工作内容、价值理念、工作方式等方面，以此为基础将思想政治工作融入企业文化建设的过程之中，进一步丰富了国有企业文化中国化的内涵，也丰富了国有企业思想政治工作的载体内容。同时，本书积极回应了“二者融合是什么、融合应达到什么状态、融合效果如何考评”等一系列关键问题。第一，实现了对二者融合的内涵与本质、载体与目标、原则及方法、可行性依据等融合基本问题的系统化梳理；第二，从我国传统文化中优秀管理思想以及伦理思想、马克思主义文化思想、西方激励理论等视角丰富了二者融合的理论来源；第三，本书实证调研部分采用了调查问卷、查阅文件、深入访谈和座谈等多种方式，对国有企业思想政治工作与企业文化建设的融合现状进行了考察分析，书中提出的问题、原因和对策具有较强的针对性，能让读者较好地把握当前国有企业二者融合工作开展的现状；第四，建构了二者融合的评价体系，即回答了融合工作是否能考评以及如何考评等问题。本书对二者融合效果考评体系指标权重的分析，确立了二者融合一级指标、二级指标以及三级指标的权重问题，根据实际所了解的情况再结合三级指标的权重，算出三级指标的分值。在此基础上，依次计算出二级指标、一级指标的分值，最终计算出二者融合工作开展的考评分值，实现了对二者融合工作考评定量与定性考核的统一。通过对二者融合工作的考评，有助于更好地了解国有企业二者融合工作的开展情况，并针对存在的问题，提出相应的改进策略，以此进一步优化二者的融合效果，提升思

想政治工作的实效性。在此之前，国家已出台了《国有及国有控股企业企业文化建设工作评价指标体系实施细则》，但还并未出台国有企业文化建设与思想政治工作融合的指标考评体系，二者融合指标考评体系的提出对于推进二者研究具有一定的现实意义。

《国有企业思想政治工作与企业文化建设融合研究》一书，思路清晰、逻辑层层推进，对国有企业思想政治工作与企业文化建设融合的内涵、融合的目标、融合的理论基础和效果考评有自己独特的视角，实现了这一领域研究的创新。本书由于限定的是“国有企业”而非民营企业，在理论分析和论述层面紧扣国有企业思想政治工作与企业文化建设融合的特殊性进行论述。当然，在这一领域的研究还有继续深入探索的意蕴和学术空间，期待作者有更全面成熟的研究结论。尽管此书还存在不足之处，但全书对国有企业思想政治工作和企业文化建设融合问题研究的系统性和创新之处，实现了这一研究领域的推进。其中的见解，读者将自有评析。

张莉系我的博士研究生，学习期间勤奋用功，深得全院师生好评，现在西南石油大学工作不到一年，其专著就将问世，作为导师，我为弟子成绩斐然而由衷高兴，请我作序也是责无旁贷！

辜堪生

2016年4月13日于锦绣森邻

目 录

绪 论	(1)
一、问题的缘起和研究意义	(1)
二、相关文献综述	(17)
三、研究框架和研究方法	(31)
第一章 国有企业思想政治工作与企业文化建设基本概述	(35)
一、国有企业思想政治工作的基础理论	(35)
二、国有企业文化建设的基础理论	(53)
第二章 国有企业思想政治工作与企业文化建设融合的基 础研究	(72)
一、二者融合的内涵和本质	(73)
二、二者融合的内在可行性	(74)
三、二者融合的载体和目标	(83)
四、二者融合的一般性原则	(105)
五、二者融合的基础方法	(113)
第三章 国有企业思想政治工作与企业文化建设融合的理 论来源	(119)
一、二者融合的历史传承：基于传统文化的视角	(120)
二、二者融合的理论指导：基于唯物史观的维度	(132)
三、二者融合的理论借鉴：基于世界性的视野	(155)

第四章 国有企业思想政治工作与企业文化建设融合现状	
的调查分析	(166)
一、样本数据描述	(166)
二、国有企业思想政治工作现状分析	(167)
三、国有企业文化建设的现状	(176)
四、国有企业思想政治工作与企业文化融合的现状 ...	(183)
五、二者融合面临困境的主要原因	(194)
第五章 国有企业思想政治工作与企业文化建设融合困境	
的对策分析	(201)
一、提高对二者融合工作的重视程度和投入力度	(201)
二、依托企业思想政治工作，丰富企业文化的特色化内 涵	(206)
三、借助企业文化的工作方式，优化企业思想政治工作	(214)
四、扩展二者融合的新内涵，提升二者融合的渗透功能	(219)
五、完善二者融合的工作机制，优化二者融合的总体效果	(224)
第六章 国有企业思想政治工作与企业文化建设融合效果	
评价体系	(230)
一、二者融合评价体系建构的必要性	(230)
二、二者融合效果评价体系建构的原则和依据	(231)
三、二者融合效果评价体系的内容	(234)
四、二者融合效果评价体系指标权重的确定	(245)
结 语	(257)
参考文献	(259)

附 录	(275)
附录 1 国有企业思想政治工作与企业文化建设融合状 况调查问卷	(275)
附录 2 国有企业思想政治工作与企业文化融合指标权 重调查表	(286)
一、国有企业思想政治工作与企业文化融合指标权重 分析判断	(287)
二、指标重要程度标度准则及其含义	(296)
三、各级指标重要性评价	(297)
附录 3 八位专家指标权重评价结果	(302)
一、专家 1 指标权重判断矩阵	(302)
二、专家 2 指标权重判断矩阵	(307)
三、专家 3 指标权重判断矩阵	(312)
四、专家 4 指标权重判断矩阵	(317)
五、专家 5 指标权重判断矩阵	(322)
六、专家 6 指标权重判断矩阵	(327)
七、专家 7 指标权重判断矩阵	(332)
八、专家 8 指标权重判断矩阵	(336)
九、各级指标八位专家 AHP 权重计算数值表及均值	(341)
后 记	(346)

绪 论

一、问题的缘起和研究意义

（一）问题缘起

本书确定以“国有企业思想政治工作与企业文化建设融合”作为研究主题，主要是基于对以下问题的思考：一是为何要提出国有企业思想政治工作与企业文化建设融合这一命题，二者的融合旨在解决什么问题；二是为何选择“国有企业”而非民营企业思想政治工作与企业文化建设融合作为研究主题，国有企业思想政治工作与企业文化建设融合有何特殊意义及自身优势。而本文内容的理论依据，则一方面基于对实际调研过程中所收集的数据分析^①，另一方面来源于相关理论资料的收集，实现了论述过程中数据分析与理论分析的有机结合。

1. 二者融合问题的提出

经历了马克思、恩格斯的理论奠基期，列宁、斯大林的形成发展期以及思想政治工作的中国化时期，思想政治工作已经是我们党的优良传统，也是国有企业建设的重要法宝。自新民主主义

^① 本书的调查数据主要来自2013年底对我国国有企业思想政治工作与企业文化建设融合的调查，调查问卷共设计了领导版与员工版两个版本，共调查了210位企业领导和520位企业员工，共发放问卷730份，收回问卷707份，其中关于企业领导的有效问卷202份，企业员工的有效问卷505份。

革命时期苏区公营企业领导机制的建立到现阶段国有企业现代管理制度的确立，思想政治工作作为国有企业生命线的地位延续至今，已成为国有企业改制发展过程中关注的重要内容。

随着经济全球化的推进和国有企业现代企业制度的建立，国有企业思想政治工作这一生命线地位遭遇了挑战。第一，国有企业思想政治工作地位的边缘化。对此，笔者在问卷调查中，针对企业领导和员工设置了“国有企业思想政治工作重要性分析”这一问题，在收回的 505 份问卷中，有 78.2% 的国有企业员工肯定了开展思想政治工作的重要性，但其中有 54.46% 的员工认为思想政治工作的开展应让位于企业经济建设。对于这一问题，99.5% 的国有企业领导认为可以开展思想政治工作，其中 44.78% 的企业领导强调思想政治工作应让位于经济发展，而在生产任务繁重时期，企业思想政治工作则应更多让位于企业的生产经营。第二，国有企业思想政治工作对象的复杂化。其主要表现在：一是国有企业工作人员构成的多样化。新型农民工、劳务派遣工等新生代员工的大量出现，带来了多样化的员工构成形式，加大了企业员工的流动趋势，加之企业员工文化层次、工作性质的差异等问题出现，增加了国有企业思想政治工作的难度。二是国有企业员工中存在政治信仰缺失现象。在收回的 505 份企业员工问卷中，有 25 人表示自己信仰宗教，占收回问卷的 4.95%；有 34 人表示自己信仰权力与金钱，占收回问卷的 6.73%；有 53.07% 的员工表示自己信仰共产党；有 177 人表示自己没有信仰，占收回问卷的 35.05%。三是员工思想呈现多样化的发展趋势。随着网络社会的到来，企业员工获取信息途径更加自主化和多样化，加之西方文化对网络空间的渗透和影响，潜移默化地影响着员工的思想和行为，员工的思想观念更加多元，并呈现出多变和个性化的发展倾向，从而加大了企业思想政治工作的难度。第三，国有企业思想政治工作内容和方式的陈旧化。

对此,在收回的 505 份企业员工问卷中,62.18%的员工认为思想政治工作内容陈旧,并且希望通过改进思想政治工作的机制,及时更新思想政治工作的内容,提升思想政治工作的针对性和实效性。

如何走出传统思想政治工作的困境,则是当前业界、学术界乃至国家层面重点关注的内容。随着企业文化在国有企业作用和优势的发挥,企业文化的重要性和优势也得到了学术界、业界和国家层面的普遍认同。在现代社会,企业文化的柔性约束力和竞争力日益凸显,文化的作用力得到了世界范围内的普遍认同,成为企业与企业之间,国家与国家之间综合实力较量的重要组成部分。对此,科特在《企业文化与企业绩效》一书中就曾谈到,21 世纪企业之间的竞争,文化力将成为其中关键的构成部分^①。正如松下幸之助所说 “当一个企业 100 人时,我要站到最前面,带领部属冲锋陷阵;企业发展到 1000 人时,我要站到中央,让每位员工听到我的声音,了解我的战略意图,明确奋斗方向;当企业发展到 10000 人时,我要退居幕后,靠核心层的经营管理思想统帅三军。”^② 这形象地说明了企业发展过程中企业文化建设的重要性。对于国有企业发展而言,企业文化建设不仅是国有企业自身发展的需要,也是创新企业思想政治工作的重要选择,其优势主要表现在:首先,国有企业员工对企业文化的了解度和认可度较高。在收回的 505 份企业员工问卷中,11.09%的企业员工表示对企业文化非常了解;61.78%的企业员工表示对企业文化比较了解;21.78%的企业员工表示对企业文化了解一些;仅有 3.56%的员工对此表示不了解。而对于“您更乐意接受企业思想政治工作还是企业文化建设”这个问题,72.6%的员工表

① 科特,赫斯克特.企业文化与经营业绩[M].李晓涛,译.北京:中国人民大学出版社,2004:23.

② 张德.企业文化建设[M].北京:清华大学出版社,2003:43.

示更能接受企业文化。这些数据表明，国有企业员工对企业文化的熟知程度较高，相比较国有企业思想政治工作而言，更乐意接受企业文化。在笔者看来，这是由于国有企业文化相对于企业思想政治工作而言更容易被员工接受。基于这一认识前提，将企业思想政治工作融入企业文化建设，以此优化其工作内容并增强其说服力和影响力将是创新企业思想政治工作的重要选择。其次，国有企业文化建设与生产结合更加紧密且说服力更强，这是由企业文化自身的性质所决定的。作为现代企业管理的重要方式，企业文化建设立足于各自企业的实际，其关注点也更多集中于提升各自企业的发展，尤其是经济效益的提升，而这正是思想政治工作开展过程中应增加的内容。借助企业文化的优势有助于走出思想政治工作脱离企业生产实际而被束之高阁的格局，增强其工作内容的说服力。最后，国有企业文化建设拥有丰富的宣传载体和活动类型。主要包括：企业内部的宣传载体，如企业杂志、企业形象设计、企业宣传栏、企业横幅、企业产品；企业中开展的各种文化活动，包括读书会知识竞赛、演讲、论坛、球类比赛、文艺晚会等；企业的外部活动载体，如企业广告、公益活动、企业赞助活动、企业的实地调研。这些丰富的文化载体与活动类型也正是国有企业思想政治工作缺少并应该重点借鉴的方面，以此走出思想政治工作方式内容和方式陈旧的困境。可以说，国有企业思想政治工作的困境可从企业文化的作用与优势中寻找出路，企业文化可作为创新国有思想政治工作的出路而存在，配合思想政治工作实现传统向现代的转型，提升其工作的实效性。因此，应借助企业文化这一载体优势，并基于二者之间的相通性实现彼此的融合，以此创新国有企业思想政治工作，实现其传统向现代化的转型，提升其工作的实效性。

然而，国有企业文化建设自身也存在亟待解决的问题。一是

形式化现象存在^①。这主要表现为企业文化建设过程中注重企业文化的载体建设而忽视企业文化核心理念的打造和提炼。具体表现为：将企业文化更多地定位为企业文化活动的开展、企业文化口号的提炼、企业文化建设标语的制定以及企业文化宣传手册等宣传载体的建设，而对于企业核心价值观、企业愿景、企业精神等文化理念系统的设计却又停留在简单模仿和借鉴的层面，缺乏个性与创新性，因而难以真正发挥企业文化的实质性功效，实现“以文化人”和“文以赢人”。较企业经济建设而言，企业文化建设的附属地位较为明显，企业文化建设在一定程度上还处于“说起来重要，做起来次要，忙起来不要”的生存状态。二是国有企业文化建设须进一步体现中国化与特色化。这是当前国有企业文化建设面临的重大问题，也是走出形式化困境的重要路径，而对于如何更好地推进这一过程，国务院国资委对此提出了较为明确的路径选择。即在充分吸收我国优秀传统文化优势的同时，有选择性地借鉴国外企业文化建设的经验，实现国内外优秀文化的优化与整合，提升国有企业文化的发展力与竞争力^②。并坚持以中国特色社会主义理论体系指导，将党的路线方针以及主流价值观融入企业文化建设的内容之中，有助于打造内涵丰富、个性独特、具有较强生命力的企业文化，充分发挥其正面引导功能，传播社会主义的正能量与好声音。可以说，以企业思想政治工作为指导推进国有企业文化建设，将企业文化建设与党群工作及其他行政管理工作结合在一起，是国务院国资委提出企业文化特色化发展战略的题中之意。

从上文的分析中可以看出，国有企业思想政治工作的困境可

① 张丽荣. 科学发展观指导下的国有企业文化建设研究——以山西某国有企业为例 [D]. 太原科技大学, 2013.

② 国务院国有资产监督管理委员会. 关于加强中央企业文化建设的指导意见 [EB/OL]. <http://www.cnki.com.cn/Article/CJFDTotal-GWIJ200504071.htm>.

以从企业文化的作用与优势中寻找出路，而国有企业文化问题的解决也可从企业思想政治工作的开展中寻找路径支持。与此同时，二者融合工作的开展还应借鉴中国传统管理文化、马克思主义文化观、西方企业激励理论等理论，进一步丰富其融合的内涵。在实际工作中，应实现党群工作部（企业文化部）与企业其他行政部门和经济管理部门之间的互动，将二者融合的理念渗透到国有企业全体组织中，提升其渗透力和影响力，从而优化其融合效能。

2. 选择“国有企业”作为研究主题对象的特殊意义及其自身优势

本书立足于国有企业分析思想政治工作与企业文化建设的融合问题，具有其自身的特殊性和优势。

第一，国有企业地位和作用层面的特殊性。国有企业是以国有资产管理部为出资主体，并按照《中华人民共和国企业法人登记管理条例》的有关规定登记注册，依法进行生产经营活动的非公司制经济组织^①。它主要包括：由中央国有资产投资机构出资的中央企业，地方国有资产出资的地方企业，公有资产与非公有资产共同投资的企业。国有企业作为我国生产经营组织的一种形式，兼具赢利法人和公益法人的特点，有或主要有国家一个出资人，只享有经营权而无所有权的企业法人，是社会主义市场经济的有机组成部分，对于吸纳劳动力、提升社会效益和维护社会稳定具有十分重要的作用。加之其控制着国民经济命脉，在关键领域和行业占据着主导和支配地位，这就决定了国有企业不仅应充分发挥其在生产力发展中的示范作用，还应发挥其在引领社会风尚，传播先进思想和文化方面的作用。所以推进国有企业思想政治工作与企业文化建设融合研究具有特殊的现实意义和示

^① 章迪诚. 中国国有企业编年史[M]. 北京: 中国工业出版社, 2006: 10.

范效应。

第二，国有企业思想政治工作具有历史积淀层面的特殊优势。较民营企业而言，思想政治工作作为国有企业成长和发展的传家宝，拥有悠久的历史 and 完善的保障机制。其历史可追溯到新民主主义革命时期，在此期间，我国已开始对国营企业领导机制进行建设，在苏区国家工厂实行了厂长负责制与工人民主管理相结合的管理体制，揭开了我国国有企业思想政治工作的序幕。期间经历了新中国成立初期国有企业领导机制建设时期、全面建设社会主义时期的思想政治工作机制恢复期、“文化大革命”时期企业党委集体“虚化”期、改革开放以来国有企业思想政治工作曲折探索期，一直到现代企业制度推进的整体突破和全面整合时期，实现了企业领导制度处于由厂长（经理）负责制向法人治理结构的过渡。国有企业思想政治工作已在实践中不断完善和发展，其浓厚的历史性积淀是其推进二者融合进程的重要优势。

第三，国有企业文化载体层面的特殊优势。国有企业 CIS (Corporate Identity System) 战略的建设已取得一定成效。CIS 战略是企业文化建设的重要载体和内容，包括 mind identity（理念识别）、behavior identity（行为识别）和 visual identity（视觉识别）三大系统建设。CIS 战略属于管理实践范畴，其最大的功效是识别，即 CIS 能将本企业理念，经由企业领导和员工自身的行为、活动和工作态度，透过整体的视觉设计，将其渗透到企业的各个方面，这是企业文化载体建设的必要环节。在收回的 202 份企业领导问卷中，75.98%的领导肯定了本企业对 CIS 战略的打造，其中 49.25%的企业领导认为本企业还在不断完善 CIS 战略。与此同时，目前国有企业文化载体建设还形成了自身的经验和优势，如：部分国有企业将企业文化载体建设纳入了企业的发展规划之中，把企业文化载体建设纳入企业总体发展的战略目标；CIS 战略的基本建成：领导机构的完善，明确了相关责任人和工

作人员的职责；将企业文化载体建设纳入企业绩效考评体系等。这些工作的推进和自身经验优势的形成，推进了国有企业二者融合工作的开展。

第四，国有企业国家政策层面的特殊优势。思想政治工作作为国有企业成长与发展的传家宝，是国有企业一切工作的生命线，其工作实效性的提升一直是党和政府关注的重点。其相关文件包括《国营企业职工思想政治工作纲要（试行）》（1983）、《关于在十二所院校设置思想政治教育专业的意见》（1984）、《中共中央关于加强和改进企业思想政治工作的通知》（1988）、《关于职工思想政治工作的若干问题》（1990）等。伴随着国有企业现代企业制度的建立以及企业文化在国有企业中作用的发挥，党和政府强调充分发挥企业文化的作用，以实现国有企业思想政治工作的创新。主要文件包括《关于加强和改进企业思想政治工作的若干意见》（1995）、《关于进一步加强和改进国有企业党的建设工作的通知》（1997）、《中共中央关于国有企业改革和发展若干重大问题的决定》（1999）、《关于加强中央企业文化建设的指导性意见》（2005）、《中央宣传部、国务院国资委关于加强和改进新形势下国有及国有控股企业思想政治工作的意见》（2011）等。这些政策性文件为国有企业思想政治工作的融合提供了重要的政策优势，也是国有企业相较其他类型企业的优势所在。

第五，国有企业组织机构与制度设计的特殊优势。其主要表现在：一是国有企业中设置了专门机构统筹企业思想政治工作的开展。这些机构的名称主要包括：党群工作部（中国电子科技集团、中国核工业集团、中国航天科技集团公司、中国船舶工业集团公司、中国兵器工业集团公司、中国联合通信集团公司），政工部（国家电网公司、南方电网公司、中国大唐集团公司），思想政治工作部（中国华能集团），党委宣传部（中国第一汽车